

广货行天下



企业展台吸引采购商和市民驻足 羊城晚报记者 张瑞宁 摄

现场

1500家优质企业携核心产品集中亮相广东优品展

“有料”广货为何而来？

羊城晚报记者 廖梦君 孙绮曼 孙晶

7月24日，广交会展馆内人流如织，“广货行天下”秋季行动暨广东优品展开幕。从智能厨卫到美妆护肤，从睡眠科技到行业无人机，1500家优质企业携核心产品集中亮相，海内外采购商穿梭其间，洽谈声、讲解声此起彼伏。这场汇聚全省优品的行业盛会之上，“有料”广货，究竟为何而来？答案逐渐清晰。

为创新突围而来，以原创技术破解消费痛点。首次参展的揭阳桉梦科技，带来自主研发的硅胶枕头，负责人朱铭峰向记者介绍：“这款产品拥有出色的拉伸性能，直击市面上多数枕头支撑力度不足的痛点，适配全年龄段普通家庭。”来自深圳宝安的扫拖一体机品牌赫兹展出完全无需电力驱动的干湿两用拖把，可自动收纳干垃圾、回收污水，从根源解决扬尘困扰。从畅销全球的大疆无人机、影石Luna Ultra到覆盖八大菜系的智能自动烹饪机，一件件产品的背后，是广东制造从“规模扩张”向“技术突围”的转型，以硬核创新回应消费升级的真实需求。

为渠道破圈而来，借平台势能对接广阔市场。连续多年参展的万家乐，今年首次从经销商参展转为厂家自主参展，国内渠道管理部经理郑智峰坦言受益良多：“佛山市政府给予展位搭建等政策补贴，大大增强了我们开拓市场的信心。”在他看来，“广货行天下”搭建的不仅是展示窗口，更是对接国内商超、海外采购商的高效通道。广百股份携“新悦悠”自有品牌、粤剧联名文创等产品参展，依托展会流量将广府特色好物推向更广泛的消

费群体。毋庸置疑，这场行动正为大小企业打通产销对接的快车道。

为出海远航而来，凭产业优势叩开全球市场大门。不同赛道的广东企业，正以各自理性的节奏布局海外市场。桉梦科技将欧美地区作为长期出海目标，蛋壳网络科技有限公司则将海外重心放在东南亚市场，万家乐的厨卫代工产品已在埃及、俄罗斯等地占据靠前市场份额。从稳步试水到精准深耕，广东企业正依托完整产业链配套能力，以高适配性产品逐步打开全球市场版图。为文化赋能而来，让岭南文化底蕴融入日常消费。在潮玩展馆内，“英歌舞”联名明盒、盲盒潮玩引得众人驻足。广百黄金与广州粤剧院联名的“粤来粤好”系列金饰，将凤冠、脸谱等粤剧元素融入现代黄金工艺；百年老字号李占记以广州博物馆馆藏鲮鱼脊饰为灵感推出特别版手表，把“独占鳌头”的吉祥寓意藏入方寸表盘；“新悦悠四季茶”遵循顺时养生理念，针对岭南气候特点打造药食同源饮品。广货的“料”，不止于过硬的产品品质，更在于根植岭南的文化内核，让每一件产品都成为传播广府文化的载体。

从车间流水线到展会聚光灯，从湾区本土到全球市场，“有料”广货奔赴广东优品展这场盛会，为创新、为渠道、为出海、为文化而来。“广货行天下”搭建的不仅是商贸对接的桥梁，更是广东制造业展示实力、链接世界的舞台。当一件件带着技术底气与文化温度的广货走向全国、远销海外，背后正是广东坚持制造业当家、推动产业高质量发展的坚实步伐。

相关

“广货行天下”体育时尚用品专场促销在惠州启动

世界顶级的体育用品 广东也能造

羊城晚报讯 记者杨锦强、孙子浩、实习生廖晨曦摄影报道：7月24日下午，由广东省工业和信息化厅、广东省体育局、惠州市人民政府联合主办的“广货行天下”制造业产销对接城市联盟体育时尚用品专场促销活动在惠州市港惠新天地正式启动。

本次活动汇聚广州、佛山、惠州、东莞、揭阳等地市的球类器材、健身器材、轮滑鞋及运动装备、山地运动自行车、水上运动器材、乐器、玩具、文创等优质产品。活动现场设置了产品展示、销售、国内B端洽谈、跨境采购对接等环节，组织制造企业 with 电商平台、文旅运营机构、采购商、赛事组织开展产销对接和供需协作，邀约4.2万名国内专业采购商及多国海外客商对接骑行、滑板、智能乐器等优势品类；面向年轻消费群体，联动直播电商、短视频平台打造互动体验场景。

“我们的产品为国内外奥运选手提供了专业比赛用板，品质达到了国际一流水平。”惠州市杰诚运动器材有限公司有关负责人介绍，目前企业外销占比达70%，占据全球高端滑板市场46%的份额。“希望通过‘广货行天下’平台，让更多国内外消费者看到——世界顶级的滑板，广东也能造。”

广东省工业和信息化厅二级巡视员谭杰斌介绍，广东发展体育时尚用品产业有基础、有潜力、有优势。2025年，全省体育用品制造业规上企业营业收入达302.9亿元，出口额

218.2亿元，拥有市场主体63037家，专精特新“小巨人”企业63家，已初步形成广州、深圳、惠州、东莞等珠三角地区高端研发和智能制造引领，揭阳、茂名等粤东粤西粤北地区配套协同的发展格局。

据介绍，广东省工业和信息化厅接下来将会同省体育局、各地市、行业协会和企业，从制造提质、销售扩容、融合发展等方面持续推动体育时尚用品产业高质量发展。一是用好“粤智赋”平台，组织研发、智能制造、品牌、人工智能等优质赋能资源与企业开展供需对接，支持企业开展数字化、智能化、绿色化改造；二是持续用好“广货行天下”制造业产销对接城市联盟机制，常态化组织联盟城市开展产销对接活动，帮助企业拓展线上线下市场渠道；三是深入推进“产业+文旅”“产业+赛事”融合发展，依托粤BA、粤超联赛、文化展演等活动加强本土企业和品牌宣传推广，支持更多企业成长为专精特新、单项冠军企业，培育一批具有影响力的体育时尚品牌。

作为此次活动的主办地，惠州深耕文体时尚产业数十年，形成体育用品、乐器制造、玩具和文创产品等特色产业赛道，打造了极富发展活力的体育时尚产业集群，产品畅销全国、远销海外。据统计，2025年该产业集群规模达150亿元，规上工业企业超230家，集聚了杰诚运动、恩雅乐器、德尚音乐、锐鉴兴、萨瓦等知名品牌企业。



企业现场展示体育时尚用品

2026广东优品展开幕，“广货行天下”秋季行动启动

半年撬动6500亿元市场 看“广货行天下”如何再发力

羊城晚报记者 孙绮曼 孙晶 实习生 潘昱彤

7月24日上午，广州琶洲，中国进出口商品交易会展馆A区人头攒动。2026广东优品展开幕式暨“广货行天下”秋季行动启动仪式在这里举行。

7万平方米的展区里，1500家广东优质制造企业与海内外超6500家采购商双向奔赴。这不仅是广东优品的一次集中亮相，更是“广货行天下”从上半年的全面铺开进入深化拓展、精准发力新阶段的标志。

推动销售增长品牌跃升

“广货行天下”是2026年被写入广东省政府工作报告的全省性品牌推广行动。

今年以来，该行动聚焦家电、电子、食品、纺织等广东优势产业带，联动头部电商平台和线下流通渠道，推动广货从区域品牌向全国性、国际化品牌跃升。上半年，全省共举办专场促销、产业链供需对接、广货进北京、广货进东盟等重点活动超900场，超3万家企业参与。广东省工信厅累计牵头举办“广货行天下”活动42场，平均每周约2场，带动各地市及工信部门配套活动超200场。

这些活动带来的成就是实打实的——直接销售和产销对接意向超6500亿元。2025年广东社会消费品零售总额约4.5万亿元，6500亿元相当于撬动了超过1/7的消费盘子。广货从“卖产品”加速迈向“建渠道”。

在文旅侧，广货正深度嵌入消费场景。上半年全省文旅各类重点活动超900场，非遗文创、老字号、农特产品随“美食+旅行”“非遗周”“村晚”等线路下沉县域、触达游客。广东省农业农村厅数据显示，全省累计开展农产品促销活动300余场，服务企业5000余家次，联动线上线下销售额突破16亿元。广东荔枝、丝苗米、茶叶、花卉、现代化海洋牧场产品、预制菜等特色广货，正走出岭南、走向全国。

搭建全球市场高速通道

作为“广货行天下”秋季行动的核心载体，本届广东优品展展览总面积突破7万平方米，设家用电器、消费电子、服装美妆、玩具文创、食品食材、家居家纺、省外综合馆七大精品展馆。展会延续“展+演+销”深度融合模式，打造“1+3+7+X+3”活动架构。参展企业中，既有拥有426年历史的陈李济等“老字号”，也有格兰仕电器、大疆、影石创新等一大批知名“广东智造”品牌。

开幕式现场，华润万家、沃尔玛、唯品会、盒马、远方好物等国内头部商贸平台集中发布采购规划，全面对接广东优质供应链。华润万家重点布局生鲜、休闲零食、日用百货等品类，优先采购大健康、地理标志及地方特色产品。沃尔玛（中国）代表表示，将重点关注优质广货产品的采购。盒马鲜生宣布将通过全域直采方式，组建专业买手，重点聚焦岭南特色精品、广东产品，坚持源头工厂直采。唯品会表示将致力于让短期的促销爆发力转化为广东品牌的长期生命力。

境外采购需求同样沉甸甸的。乌兹别克斯坦国家经济合作协会主席法兹利耶夫·法鲁赫表示：“中国是乌兹别克斯坦第一大贸易伙伴，广东优质制造凭借完善产业链、高性价比、多年来稳居我们采购清单首位。”近三年来，协会组织本地经销商、商超、工厂集中从广东采购，规模持续增长。

西班牙客商现场拿出近亿欧元的

储能电池、风电设备采购需求。中国西班牙商会表示，未来还将拓展高端装备与智能制造、时尚消费与美妆日化、食品加工与现代农业、中医药与生物技术等领域采购。越中投资贸易促进联盟（VCTI）采购需求则聚焦消防设备等。

开幕式上，组委会正式发布首批“广东优品展甄选100”名单。甄选活动自3月启动，历时4个月，从全省甄选出100款广货精品好物。入选产品覆盖家用电器、消费电子、服装服饰、美妆日化、玩具文创、食品食材、家居家纺等品类，既有深耕全球市场的外贸爆款，也有贴合国内消费升级的原创新品，还有承载岭南文化底蕴的非遗特色好物。

主办方广东省商业联合会执行会长兼秘书长贾定艳介绍，本届优品展还配套开展50场主题对接会、产业论坛、品牌体验活动，兼顾专业商贸洽谈与大众消费体验。

企业抢抓机遇拓展市场

记者在展会现场走访，多家参展企业向记者表达了对“广货行天下”行动的肯定。

格兰仕今年首次参展，市场部专员林先生介绍，品牌带来了元气炉、中国红系列微蒸烤炸一体机、宇宙厨房系列空气炸微波炉等多款明星产品。其中集合微波、蒸、烤、空气炸、炖煮五大功能的元气炉在今年618期间登上了天猫一体机热销榜单首位。林先生表示，“广货行天下”行动切实为企业

和消费市场带来了强劲发展动能，期待借助“广货”金字招牌，向全国消费者推出更加节能、智能化的产品。

广东万家乐燃气具有限公司国内渠道管理部经理郑智峰告诉记者，今年的广东优品展厂家自主搭建展区，国内业务团队与海外业务团队同步到场。郑智峰表示，“广货行天下”行动确实对企业发展起到明显助推作用。他透露，企业出海目标市场锁定欧盟和美国，将依托市场需求挖掘业务机会。

广州蛋壳网络科技有限公司总经理迟涛表示，企业能够直观感受到政府持续出台多项扶持政策，不断加大对本土企业的扶持力度，“广东优品展搭建起高品质商贸对接平台，帮助品牌直面广大终端消费者，同时联动线上线下经销商、各地采购商，对企业而言是十分难得的发展机遇。”他介绍，企业正大力开拓海外销售渠道，现阶段布局重心集中在东南亚市场。

广东省工信厅将在下半年推进“广货行天下”2.0版，向垂类化、精准化、品牌化发展，将组织开展28场制造业产销对接城市联盟活动，全力推进50场系列对接活动，策划播出100期“每日新品”节目。广东省商务厅透露，下半年消费品以旧换新将投入139.5亿元，覆盖22个品类。广东省文旅厅则宣布以9月广东国际旅游产业博览会为核心平台，设“广货行天下”好物展销专区。

从工厂车间到直播间，从广交会展馆到海外旅行商洽谈桌，“广货行天下”正从一波波促销，逐步成为广东制造与岭南文化双线出圈的长效影响。

精品展馆，426年陈李济老字号守住匠心，外贸企业深耕海外需求，科创品牌领跑新赛道，老字号、外贸企业、科创力量同台绽放，夯实“优品”底气。在持续进行的“广货行天下”行动中，越来越多广东企业正跳出“卖产品、拓销路”的浅层逻辑，转向“树品牌、提价值”的进阶之路，将知名度沉淀为实打实的美誉度，实现从产品竞争到价值竞争的突破。

广货行天下，优品赢未来。这既是一次好物集中亮相，更是广东产业逻辑进阶的缩影。以“优品”为抓手，支持企业树品牌、拓渠道、畅物流、优服务，让更多岭南好物跨越山海、走向全国、链接全球，广东高质量发展的底盘会更稳、成色会更足。

的核心底气。但好产能要变成好订单，还要在“精准”二字上做文章，这也就是“广货行天下”提质升级的核心要义之一。比如，针对欧洲老旧住宅多、安装人工费贵的现实，广东企业专门开发出免安装的移动空调和移动分体空调，最终实现海外“一机难求”。这种以市场端真实需求反向倒逼技术创新、品质升级的模式，让广东制造在激烈的市场博弈中不断迭代进化，持续夯实“制造业当家”的发展根基。

再看品牌跃升。如今的市场经济早已告别拼产能、拼低价的粗放竞争，品牌辨识度、文化附加值成为竞争力的核心要素。作为“广货行天下”秋季行动的核心载体，本届优品展设七大

色广货亮相全国两会、华春莹点赞橘红、广东空调在欧洲“一机难求”……层出不穷的热门话题背后，“广货”不再只是“Made in Guangdong”的产地标签，而是一张张越来越响亮的产业名片。

也因此，“广货行天下”进入秋季行动，明确提出2.0版本：要进一步突出垂类化、精准化、品牌化，提升广货销量的同时更加注重推广品牌、提升价值。这是促进产销精准对接、助力产业升级的必然要求，也是推动广货品牌跃升、延伸价值链条的必然要求。

先看产业升级。广东拥有全部31个制造业大类、10大万亿元级产业集群，完备的产业体系、丰富的产品品类是广货开拓市场、畅销全球

羊城快评

□李妹妍

广货行天下，优品赢未来